

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan data	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Promosi	6
2.1.1 Pengertian Promosi	6
2.1.2 Bentuk Promosi	6
2.1.3 Sifat Dasar Promosi	7
2.1.4 Tujuan Promosi	7
2.2 Teori Psikologis Warna	8
2.3 Huruf / Typografi	9
2.4 Ilustrasi / Infografis	9

2.5 Teori Minat Pengunjung	9
2.5.1 Pengertian Minat Pengunjung	9
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat	10
2.5.3 Struktur Terbentuknya Minat	11
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data dan Fakta	13
3.1.1 Pengertian Arung Jeram	13
3.1.2 Peralatan dan Perlengkapan Arung Jeram	14
3.2 Sungai	19
3.3 Jeram	20
3.3.1 Faktor Penyebab Terjadinya Jeram	20
3.4 Manfaat Arung Jeram	22
3.5 Sejarah Arung Jeram	24
3.6 Arung Jeram Sungai Citarik Sukabumi	26
3.6.1 Data Wawancara	28
3.6.2 Data Angket	30
3.6.3 Data Gambar	34
3.6.4 Tinjauan terhadap Perusahaan sejenis	38
3.7 Analisis Permasalahan	39
3.8 Segmentasi, Targeting dan Positioning	40

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep komunikasi	42
4.2 Konsep kreatif	42
4.3 Konsep media	43
4.4 Hasil Karya	44
4.5 Biaya dan Budgeting	53

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

x

BIODATA

xi